

Name:	Klasse:	Datum:	Fach:
-------	---------	--------	-------



Lernen zuhause – Marketinginstrumente (4P)

STAATLICHES BERUFLICHES
SCHULZENTRUM
ROTHENBURG | DINKELSBÜHL

Product, **Place (Standort- und Distributionspolitik)**, Price, Promotion

Auf Ihre Frage, was man denn eigentlich unter Distributionspolitik versteht, antwortet Ihnen der Manager-Assistent:

„Distribution heißt „*Verteilung*“ und als Distributionskanäle sind alle ineinander greifenden Organisationen und Arbeitsabläufe, die am Prozess beteiligt sind, um ein Produkt oder eine Dienstleistung zur Verwendung oder Verbrauch verfügbar zu machen, bezeichnet“!

Da Sie diese Antwort noch nicht vollständig zufrieden stellt, heißt es jetzt erst einmal „**lesen, denken, verstehen!**“.



Arbeitsauftrag:



- Informieren Sie sich mit Hilfe des nachfolgenden Textes über die Grundlagen. Denken Sie daran – eine gute Markierung hilft Ihnen die wichtigen Inhalte schnell wieder zu erkennen.
- Bei Verständnisschwierigkeiten kommen Sie auf die Lehrkraft zu.
- Zur Unterstützung sollten Sie das Fachbuch benutzen.
Hinweis: Lesen Sie Kapitel 6.5.1 Distributionspolitik! (gelbes Buch) und 15.5.3 Distribution (blaues Buch)
- Bearbeiten Sie abschließend zu diesem Thema das Fragen- und Übungsblatt. Legen Sie dazu Ihre Materialien auf die Seite und bearbeiten Sie es selbstständig.

Zur Distributionspolitik zählen alle Maßnahmen, die ergriffen werden, um das Produkt vom Ort der Herstellung zum Abnehmer zu bringen. Dazu gehören Entscheidungen, die in diesem Zusammenhang mit dem Weg des Produktes oder der Dienstleistung zum Verbraucher entstehen: Absatzwege (Verkaufs- und Vertriebswege), Einschaltung des Handels (Verkaufsmittler) sowie die Marketinglogistik.

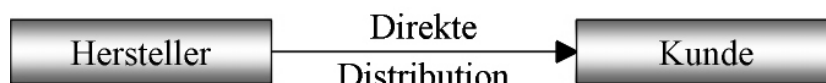
Die Absatzwege überbrücken dabei die möglicherweise vorhandene Distanz zwischen Angebot und Gast.

Die Ausrichtung der Distributionspolitik ist durch folgende Fragestellung gekennzeichnet:
Wo sollen welche Leistungen an wen und auf welchen Wegen wann vertrieben werden?

Der Distributionsweg ist der Weg eines Produktes vom Hersteller bis zum Endabnehmer. Je nachdem, ob auf diesem Weg Zwischenhändler eingeschaltet sind oder nicht, unterscheidet man zwischen direktem und indirektem Distributionsweg.

Direkte Distribution

Bei der direkten Distribution tritt der Hersteller unmittelbar mit den Kunden in Kontakt. Er erfüllt somit alle Aufgaben selbst, die bei dem Vertrieb bzw. dem Verkauf von Produkten anfallen.



Die direkte Distribution wird vor allem bei sehr erklärungsbedürftigen Produkten oder beim Verkauf mit hohem Servicegrad angewendet. Allgemein bedeutet dies, dass wenn ein Kunde ein maßgeschneidertes Produkt bestellt hat, meist ein Direktverkauf (**direkte Distribution**) notwendig ist, da der Beratungsanteil beim Verkauf überwiegt. (Z.B. auch die Speisen- und Getränkeempfehlung im Restaurant)

Da Restaurantleistungen vor allem direkt verkauft werden, ist der gute Kontakt zwischen Gast und Unternehmen/Mitarbeiter unverzichtbar.

Deswegen sollten folgende Punkte stets beachtet werden:

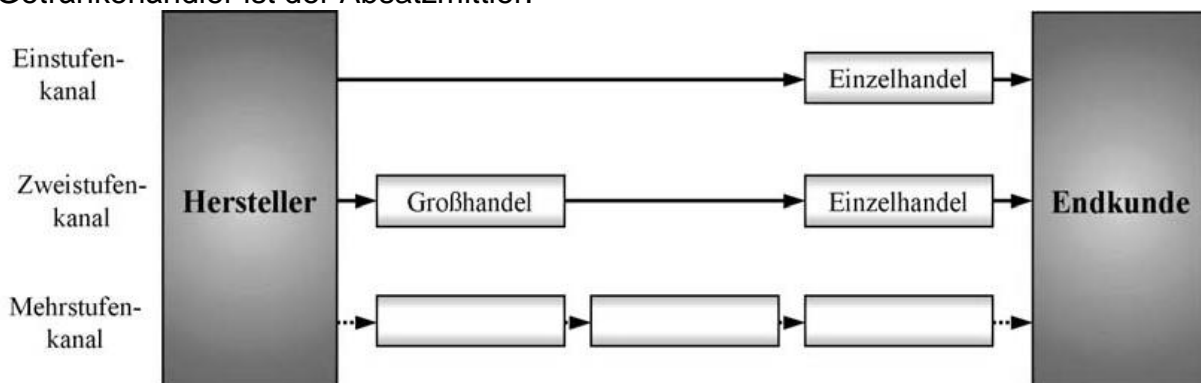
- Die Mitarbeiter im internen Verkauf haben einen großen Einfluss auf das Kaufverhalten der Gäste – sowohl im positiven, wie auch im negativen Sinn. Professionelles Verhalten und das richtige Führen von Verkaufsgesprächen wirken sich daher positiv auf den Verkauf aus.
- Das professionelle Verhalten der Mitarbeiter kann aus Gelegenheitsgästen Stammgäste machen,
- Pflegen Sie Ihre Gäste – denn im Durchschnitt hat sich gezeigt:
Ein zufriedener Gast empfiehlt Ihr Unternehmen ca. 3-5 Personen weiter, ein unzufriedener rät bis zu 10 Personen ab.
- Legen Sie eine Stammgastkartei an und gewinnen Sie Gästeadressen, damit Sie direkt mit den Gästen kommunizieren können.
- Schöpfen Sie die Möglichkeiten der lokalen und regionalen Umgebung aus. Dort sind Sie schon bekannt und können so leichter neue Gäste gewinnen.

Direkte Absatzwege Verkauf erfolgt durch weisungsgebundene Distributionskanäle	
▶	Interner Verkauf Durch Servicemitarbeiter mit direktem Gästekontakt
▶	Externer Verkauf Durch Sales-Abteilung oder über Dritte (andere Betriebe, Messen)
▶	Externer Verkauf Bei Systemkooperationen, Franchise-Konzepten oder zentraler Sales-Abteilung

Indirekte Distribution

Bei der indirekten Distribution bietet der Hersteller seine Produkte über einen oder mehrere rechtlich selbständige Absatzmittler (z.B. Einzelhandel) an. Absatzmittler erwerben dabei das Eigentum an der Ware.

Beispiel: Der Getränkehändler kauft direkt beim Hersteller Getränke ein. Er erwirbt Eigentum an der Ware und verkauft diese an den Endkunden weiter. Der Getränkehändler ist der Absatzmittler.



Arbeitsauftrag: Finden Sie für jeden Kanal ein passendes Beispiel

Aber auch Absatzhelfer spielen eine wichtige Rolle.

Das sind Personen/Institutionen, die den Hersteller und den Handel bei der Distribution unterstützen, ohne aber dabei selbst Hersteller oder Händler für die angebotenen Produkte zu sein. Sie erwerben auch kein Eigentum an der Sache.

Gerade im Bereich der Absatzhelfer kann die indirekte Distribution für (System)-gastronomen interessant sein.

Unabhängige Personen, welche Ihnen neue Gäste ins Haus bringen können, sind neben bereits vorhandenen (Stamm)-gästen auch allgemeine Meinungsmultiplikatoren. Zum Beispiel: Presse, Rundfunk, örtliche Touristeninformationen bis hin zu Taxifahrern, Angestellte in Tankstellen etc.

Solche Personen sollten gezielt über Ihre Angebote informiert werden, so dass diese die Informationen wiederum weitergeben können.

Ergänzung:

Das Wirtschaftslexikon definiert Distributionspolitik übrigens folgendermaßen:

Es ist eines der vier Aktionsinstrumente des Marketing-Mix. Zur Distributionspolitik gehören alle Entscheidungen und Maßnahmen, die darauf abzielen, zum Absatz bestimmte Güter vom Ort ihrer Entstehung, unter Überbrückung von Raum und Zeit, zum Abnehmer zu bringen. Dabei geht es um die Gestaltung des Vertriebssystems, die Wahl der Absatzwege, den Einsatz von Verkaufstechniken sowie Grundsatzentscheidungen hinsichtlich des Standortes und anzustrebender Betriebs- bzw. Lieferbereitschaft.